

# A Colaboração Massiva de Hatsune Miku: *software* Vocaloid como catalisador de criações colectivas, *grassroots* e multidisciplinares na subcultura *otaku*

*The Massive Collaboration of Hatsune Miku: Vocaloid software as a catalyst for collective, grassroots and multidisciplinary creation in otaku subculture*

ANA MATILDE DIOGO DE SOUSA\*

Artigo completo submetido a 26 de janeiro e aprovado a 31 de janeiro de 2014

\*Portugal, artista visual. Licenciada em Artes Plásticas — Pintura na Faculdade de Belas-Artes da Universidade de Lisboa (FBAUL). Mestrado em Pintura na Faculdade de Belas-Artes da Universidade de Lisboa (FBAUL).

AFILIAÇÃO: Universidade de Lisboa; Faculdade de Belas-Artes; Centro de Investigação e Estudos em Belas-Artes (CIEBA). Largo da Academia Nacional de Belas-Artes, 1249-058 Lisboa, Portugal. E-mail: [ana.matilde.sousa@gmail.com](mailto:ana.matilde.sousa@gmail.com)

**Resumo:** Hatsune Miku — que significa “primeiro som do futuro” —, é o mais popular avatar humanoide do sintetizador vocal VOCALOID. Sob a sua égide, têm-se desenvolvido, na subcultura japonesa otaku (nerd ou geek), práticas de colaboração massiva na criação de conteúdos multimédia; mas também estéticas de vanguarda, como a ópera sem intérpretes humanos, *The End*. Acima de tudo, Miku é um espaço afectivo onde se renegociam os papéis de autor, commodity e fã.

**Palavras chave:** Hatsune Miku / avatar / colaboração / fãs / Japão.

**Abstract:** *Hatsune Miku — meaning “first sound of the future” — is the most popular humanoid avatar of the vocal synthesizer VOCALOID. Under its umbrella, the Japanese otaku (nerd or geek) subculture has been developing practices of mass collaboration in the creation of multimedia content; but also avant-garde aesthetics, like the opera without human interpreters, The End. Above all, Miku stands as an affective space where the roles of author, commodity and fan are renegotiated.*

**Keywords:** *Hatsune Miku / avatar / collaboration / fan labor / Japan.*

### Introdução: a sua origem

Este texto não é sobre um, mas *milhares* de criadores. Todos têm algo em comum: o fenómeno japonês da digital Hatsune Miku (HM). Escrito 初 (*hatsu*) 音 (*ne*) ミク (*miku*, leitura alterativa de 未来, *mirai*), o nome anuncia o “primeiro som do futuro” (Vocaloid Wiki, s.d.). Os seus longos totós azul-esverdeados foram eleitos os mais icónicos da década de 2000, sucedendo-se à rainha dos totós dos anos 90, Sailor Moon (Vocaloid Wiki, s.d.). Mas, ao contrário da sua predecessora, HM não é uma personagem de *manga* ou *anime*. É o avatar humanoide de um sintetizador de voz, o resultado inesperado de uma história que remonta ao início dos *noughties*.

“VOCALOID” é a palavra-chave. Contracção de “vocal” e “android”, trata-se de um *software* comercial desenvolvido pela Yamaha Corporation, a partir da investigação liderada por Hideki Kenmochi — o “pai do VOCALOID” — na Universidade Pompeu Fabra de Barcelona, em 2000 (Vocaloid Wiki, s.d.). O *software* permite aos utilizadores reproduzirem sequências vocais realistas a partir de bibliotecas sonoras de vocalizações humanas. Basta, para tal, introduzir sílabas num editor, atribuir-lhes notas musicais e ajustar inflexões como o *vibrato* ou o crescendo (Oppenneer, 2011) (Figura 1). Basicamente, são cantores virtuais que possibilitam criar canções sem recorrer a um vocalista humano.

Os primeiros dois VOCALOID, chamados L♀LA e LE♂N, entraram no mercado em Janeiro de 2004, pela mão da companhia britânica Zero-G Limited (ZGL) (Oppenneer, 2011). Nas embalagens, os “personagens” limitavam-se, então, a imagens fotográficas de bocas humanas (uma feminina, outra masculina), indicando o género da voz (Figura 2). Em Julho, a ZGL lançou ainda MIRIAM, com a voz da cantora *pop* Miriam Stockley e um seu retrato realista na capa (Vocaloid Wiki, s.d.).



**Figura 1** · Painel de edição do software Hatsune Miku V3.

**Figura 2** · Em cima, Box art de L♀LA, LE♂N e MIRIAM (2004).  
Em baixo, Box art de MEIKO (2004) e KAITO (2006).

Em Novembro do mesmo ano, a companhia Crypton Future Media (CFM) lança o primeiro *VOCALOID* japonês, MEIKO (Oppenneer, 2011). Na *box art*, em vez de bocas sem rosto ou retratos realistas, Wataru Sasaki (*a.k.a* Wat, responsável pelos *VOCALOID* da companhia nipónica) decidiu colocar a ilustração de uma rapariga em estilo *anime* (Figura 2). MEIKO foi bem recebida pelos consumidores, incentivando a CFM a investir numa estratégia de *marketing* que aliasse a biblioteca vocal ao *character design* (Oppenneer, 2011). Apesar disso, o *VOCALOID* masculino KAITO (Fevereiro de 2006) foi um fracasso comercial (Vocaloid Wiki, s.d.). Mas o seu *design* — cabelo azul e indumentária futurista — apresentava já um premonitório aroma *sci-fi* distinto do estilo *plain jane* de MEIKO (Figura 2). Contudo, é importante notar que, segundo Wat, nem MEIKO nem KAITO foram originalmente concebidos com a intensão de atribuir uma personalidade ou carácter particular aos *VOCALOID* (Vocaloid Wiki, s.d.).

Em Junho de 2007, a pequena companhia sueca Power FX lançou Sweet ANN, a primeira voz para o *VOCALOID* 2, uma versão melhorada da tecnologia original (Vocaloid Wiki, s.d.). Mas seria preciso esperar até 31 de Agosto e pelo sétimo *VOCALOID* (terceiro japonês) para se assistir à revolução chamada Hatsune Miku (Figura 3). Desta vez, a CFM refinou a estratégia, apresentando HM como a primeira das chamadas *VOCALOID Character Vocal Series* (Vocaloid Wiki, s.d.). Mais do que um boneco na embalagem, HM era um *avatar*, “uma diva androide num futuro próximo em que as canções se perderam” (Vocaloid Wiki, s.d.), completa com informação física detalhada (16 anos, 1,58 cm, 42 kg). O sucesso comercial de HM foi imediato, inesperado e sem precedentes, transpondo o seu público-alvo original (produtores profissionais) para cair nas graças dos criadores amadores da subcultura *otaku* (o equivalente japonês do *nerd* ou *geek*) (Vocaloid Wiki, s.d.).

## 1. A sua aparência

O segredo para a fama de HM reside na sua combinação distinta de som e *character design*. Este último foi encomendado a KEI — um jovem ilustrador competente (mas não excepcional), conhecido pelo seu estilo *moé* (muito em voga na indústria de entretenimento japonesa deste o início da década de 2000) —, com a condição de seguir o esquema de cores típico dos sintetizadores Yamaha (preto e azul-esverdeado) e a personagem ser um androide (Vocaloid Wiki, s.d.). O parto foi difícil (Vocaloid Wiki, s.d.), mas ao final de um mês Kei “entrega”: HM é uma síntese perfeita do *zeitgeist otaku*, a começar pelos totós e *headgear* à la Sailor Moon da era digital, passando pela sua vestimenta entre o *seifuku* (uniforme escolar japonês) e a fantasia *sci-fi*, até à silhueta desenhada para encaixar



**Figura 3** · Box art (Crypton Future Media, Inc. e KEI, 2007) e character design (KEI, 2007) de Hatsune Miku.



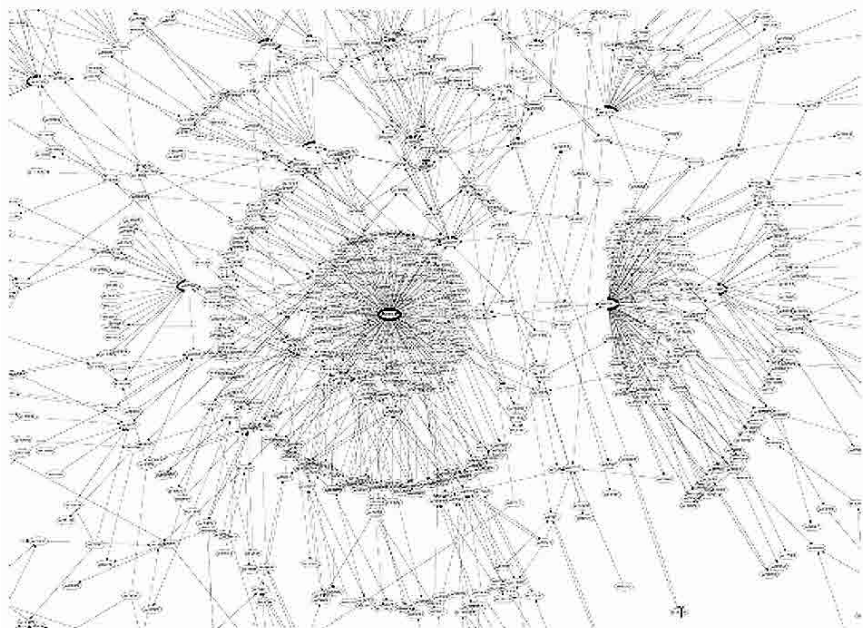
**Figura 4** · Di Gi Charat, ou Digiko, mascote da cadeia de lojas de *anime* e videojogos Broccoli (Koge-Donbo, 2000). As palavras circundantes indicam elementos-*moé* integrados no seu *character design*, cada um com uma genealogia traçável no imaginário colectivo da subcultura *otaku*.



**Figura 5** - Interface de video-sharing no site japonês Niconico (Hamasaki e Takeda et al., 2008).

O Niconico era anteriormente conhecido como *Nico Nico Douga*, tendo o nome sido alterado em 2012.





**Figura 6** · Exemplo de rede de criação de dois vídeos de Hatsune Miku no *Niconico* (Hamasaki e Takeda et al., 2008).



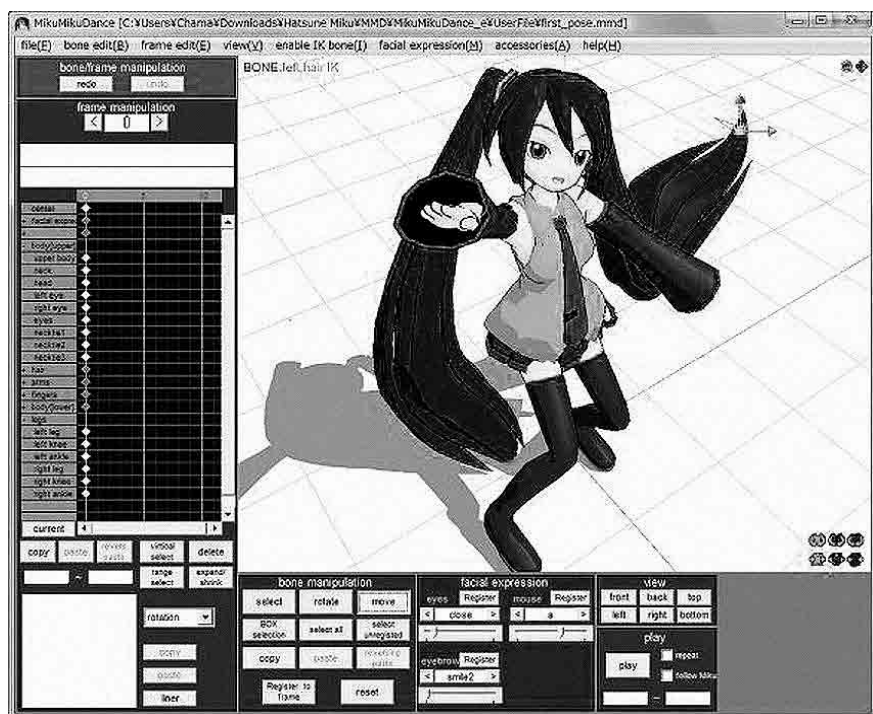
nos trâmites do cânone *moé* (cabeça grande, ombros estreitos, peito pequeno, cintura larga, braços e pernas esguios), com *vibes* de *lolita* na saia armada tipo abajur (Figura 3). A voz, criada a partir de *samples* da atriz Saki Fujita (Oppenheimer, 2011), combina com a sua aparência: *cute*, infantil e aguda — ostensivamente artificial —, difere da tendência mais naturalista, *soul* e/ou madura dos *VOCALOID* precedentes.

Apesar da sua eficácia viral, o *design* de HM não é particularmente virtuoso, artístico ou original. Nem, tão pouco, sustentado pelo arco narrativo de uma banda desenhada, desenho animado, videogame ou novela; apenas pelo cenário, muito geralista, de uma diva androide do futuro. O sucesso deste tipo de personagens na subcultura *otaku* — “jovens tecnocratas fanáticos que colecionam informação pela informação” (Toop, 1995: 150) (para citar um autor ligado ao território musical, David Toop) — não é inédito. Em *Otaku: Japan's Database Animals*, o teórico crítico Hiroki Azuma refere-se ao caso de Di Gi Charat, a mascote de uma loja de *anime* e videogames criada em 1998 (quase 10 anos antes de HM), que ganhou popularidade apenas com base na sua aparência (Figura 4). Só *a posteriori* foram criadas narrativas para a personagem (*manga* e *anime*), com base em decisões corporativas e colectivas, por vezes recorrendo a sondagens directas aos fãs (Azuma, 2009: 39-41). Hoje em dia, o *design* de Di Gi Charat parece algo démodé, mas tal como HM, a chave para o seu sucesso não foi a originalidade ou “bom gosto”, mas o “resultado do *sampling* e combinação de elementos populares da cultura *otaku* recente, como se para minimizar a autoria do *design*” (Azuma, 2009: 42).

Como sugere Azuma, estes personagens — que são *chara* (ou *kyara*), uma versão abreviada (em sentido literal e metafórico) de “*character*” — funcionam como canais de acesso à camada mais interna da mundividência pós-moderna dos *otaku*: a “grande não-narrativa” da base de dados (Azuma, 2009: 54). Podemos imaginá-la como uma *cloud* onde estão “armazenados” pedaços de informação (visual e de outros tipos), afectivamente carregados, designados “elementos-*moé*” (Azuma, 2009: 42) (Figura 4). Quando combinados em personagens, estes elementos-*moé* despoletam no consumidor uma resposta emocional empática (o *chara-moé*) que induz ao seu consumo excessivo (Azuma, 2009: 42). Os *chara* são, assim, personagens pós-autorais desenhados para o colectivo e fruto de um *know-how* aperfeiçoado de (re)composição de elementos pré-existent. Kei, como seu estilo inconspícuo e sensibilidade para a estética contemporânea do *moé*, conseguiu com HM criar um destes “*médiuns*,” um intermediário entre o mundo dos vivos e o submundo inorgânico da base de dados.



**Figura 7** · Exemplo de diversos *outputs* do grupo Supercell. Em cima: *still* do videoclipe da música *Koi Wa Sensou* [Love Is War], Supercell, 2008). À direita: face anterior do CD *Supercell feat. Hatsune Miku* (Supercell, 2009). Em baixo: ilustração de Miwa Shirow para a canção *Koi Wa Sensou* (Miwa Shirow, 2008). À esquerda: ilustração da personagem *BLACK★ROCK SHOOTER* (Huke, 2008), derivativa de Hatsune Miku, que inspirou Ryo a compor a música homónima.



**Figura 8** - Aspecto do Miku Miku Dance (Yu Higuchi, 2008). O software inclui modelos 3D de vários VOCALOID e uma interface *user friendly* com base na manipulação de pontos de ancoragem. A comunidade tem vindo expandindo a base de modelos originais, editando-os e criando novos modelos.



**Figura 9** · Hatsune Miku “ao vivo”  
no Miku no Hi Kanshasai 39’s Giving  
Day, em Tóquio (2010).

## 2. As suas canções

Sem a marca vincada do autor, HM torna-se num receptáculo da dádiva dos fãs — as canções que lhe são escritas —, numa entidade abrangente capaz de albergar uma massa de desejos e interesses individuais. Por um lado, a sua voz é um elemento integrador de todas as canções, tornando-as imediatamente reconhecíveis como “uma canção de Hatsune Miku” (por muito diferentes que sejam em termos de estilo ou origem). Por outro, o *character design* maleável sobrevive às mais radicais transformações, mantendo a ilusão de uma persona constante. Esta é a génese de HM enquanto fenómeno de “criação colaborativa em massa” (Hamasaki e Takeda et al., 2008: 165) cujo desenvolvimento está fortemente ligado ao *site* japonês *Niconico* (NN).

O NN é uma plataforma de *video-sharing*, semelhante ao *YouTube* em termos de funcionamento e popularidade, com a diferença do interface permitir aos utilizadores colocarem comentários directamente sobre qualquer momento e qualquer parte do vídeo (Figura 5). Esta característica possibilita um “sentimento de partilha da experiência de visionamento virtualmente” (Hamasaki e Takeda et al., 2008: 166), bem como uma dinâmica de *feedback* mais fluída, imediata e específica que potencia a evolução e difusão dos conteúdos multimédia. De facto, em menos de um ano após o lançamento da diva *VOCALOID*, surgiram mais de 36 000 vídeos com o *tag* “Hatsune Miku” no NN (Hamasaki e Takeda et al., 2008: 166) e, actualmente, o número já sextuplicou. Cada vídeo é o resultado da colaboração entre diferentes tipos de criadores — na maioria amadores e fruto do *networking* virtual —, incluindo compositores, liristas, ilustradores (muitos criadores de fanzines autopublicados de *manga*), animadores 3D, realizadores ou editores (Hamasaki e Takeda et al., 2008: 166). É comum, na descrição das novas criações, incluir *hyperlinks* para outros vídeos, dos quais tenham sido citados sons, imagens ou qualquer outro conteúdo (Hamasaki e Takeda et al., 2008: 167). A rede de um único vídeo pode traduzir-se em mais de 2 000 criadores envolvidos e mais de 4 000 relações estabelecidas entre eles (Hamasaki e Takeda et al., 2008: 167) (Figura 6). Um exemplo desta dinâmica colaborativa é o colectivo Supercell (autodenominado “uma superunidade de entretenimento” (Supercell.jp, n.d.)), responsável por alguns dos vídeos mais populares de HM no NN. Começado como grupo musical autopublicado na mega-convenção de banda desenhada Comiket (o evento *otaku* por excelência), a sua formação mais alargada incluiu 11 elementos ancorados em torno do compositor e lirista Ryo, entre os quais ilustradores — como Miwa Shirow, autor do popular *manga* *Dogs*, ou Huke, ilustrador da *visual novel* *Steins; Gate* —, *designers* e animadores que, conforme as necessidades do projecto, se juntam em diferentes agrupamentos para dar resposta a um objectivo criativo comum (Robson, 2010). Ademais, os Supercell enformam uma





**Figura 10** · À esquerda: poster para *The End* (YKBX, 2013).

À direita: vistas da ópera multimédia *The End* no Yamaguchi Center for Arts and Media (Keiichiro Shibuya, Toshiki Okada e YKBX, 2012).

tendência, no NN, de vídeos que não se limitam a utilizar o *character design* e biblioteca vocal de HM e outros VOCALOIDs, mas apropriam-se deles, modificando-os e criando novos *chara* e cenários derivativos que, por sua vez, serão alvo de derivação (e.g. *BLACK★ROCK SHOOTER*) (Figura 7).

HM é, de resto, uma incubadora de *alter egos* — que variam em termos de cenário (da colegial à sereia, da vampira vitoriana à heroína *cyberpunk*), de *character design* (alterando elementos como a cor do cabelo ou indumentária), de personalidade e, inclusivamente, de género e orientação sexual —, alguns oficialmente reconhecidos pela CFM. O *boom* de vídeos no NN é também alimentado por programas de *freeware* como o *MikuMikuDance* (criado pelo programador independente Yu Higuchi), concebido para que qualquer fã, mesmo sem conhecimentos de animação 3D, possa coreografar, manipular, animar e produzir vídeos com os VOCALOID (Oppenneer, 2011) (Figura 8). Estes e outros factores (como o *cosplay* ou os personalizados *UTAUloid*) enformam a natureza única dos conteúdos multimédia por detrás do fenómeno HM.

### 3. A sua performance

Em 2009, a CFM promoveu os primeiros concertos “ao vivo” de HM (Vocaloid Wiki, s.d.). Nestas performances, em que a parte instrumental é tocada por músicos (humanos) em palco, HM e outros *VOCALOID* são projectados num ecrã transparente, criando um efeito de tridimensionalidade. O público, munido de *glowsticks*, vê-se também reflectido neste vidro, numa adequada metáfora do processo de criação colaborativa em massa que HM representa: profundamente interdependentes, autores (artistas amadores e autopublicados), actor (HM) e espectadores (fãs) intersectam-se como num sistema de vasos comunicantes, em que os consumidores-produtores *fazem* o performer (que, literalmente, não existe sem eles) (Figura 9). Neste sentido, a componente inovadora destas performances ultrapassa a tecnologia holográfica ou ideia do ídolo *pop* virtual (nenhum deles, em si, novidade). Antes, a sua magnitude — só possível na era da Web 2.0 —, implica uma expansão da cartografia do processo criativo a modos alternativos de produção, consumo e distribuição de artefactos culturais na mediasfera contemporânea.

Podemos argumentar que, apesar de tudo, o produto final continua espartilhado pelos formatos mais convencionais: canções e videoclipes *pop*, interpretados por uma cantora *pop* em concertos *pop*. No entanto, esta não é uma condição *sine qua non* de HM, como prova o recente espectáculo *The End*, apresentado no Yamaguchi Center for Arts and Media em Dezembro de 2012. Concebido por Keiichiro Shibuya (músico e artista visual) e Toshiki Okada (escritor e dramaturgo) durante as suas residências no YCAM, *The End* é uma ópera multimédia sem participação de intérpretes humanos, em que HM é a protagonista e as árias e recitativos são compostos utilizando o *software VOCALOID* (YCAM.JP, 2012). A equipa de produção contou com visuais do premiado *designer* gráfico YKBX (Masaki Yokobe), programação de PinocchioP (compositor originário do NN) e figurinos de Marc Jacobs, director artístico da Louis Vuitton — cuja associação com artistas japoneses tem precedentes nas famosas colaborações com Takashi Murakami —, jogando com o icónico padrão axadrezado da marca de modo a evocar o pixel (Le Blanc and Masami, 2012). Numa narrativa onde a diva se vê confrontada com a possibilidade da sua morte, esta alusão à natureza digital dos *VOCALOID* perpassa a estética visual e sonora *uncanny* e refinada de *The End*, demonstrando a abertura de HM às estéticas de vanguarda (Figura 10).

### Conclusão

Procurei, neste texto, argumentar que compreender Hatsune Miku implica, necessariamente, compreendê-la enquanto criação colectiva em massa. É um espaço afectivo de partilha e pertença comunitária, brotado das condições e contradições particulares da sociedade hiper-comoditizada e hiper-mediada



do Japão tardo-moderno. Aqui reside o seu potencial que, se não directamente político, será pelo menos “justapolítico” (Berlant, 2008), *i.e.* justaposto ou nas proximidades dos lugares legitimados da acção política. Por esta razão, Hatsune Miku e os VOCALOIDs funcionam como catalisadores para produções *grassroots* de colaboração colectiva e multidisciplinar na subcultura *otaku*, onde se renegoceiam posições relativas entre autor, *commodity* e fã.

## Referências

- Akane (2012) s/t. [Consult. 2014-01-26] *Screenshot*. Disponível em <URL: <http://2.bp.blogspot.com/-LgD8TjV-B2g/TxNRiX21PwI/AAAAAAAAAAM/atMjy5GdINE/s1600/QQ%25E6%2588%25AA%25E5%259B%25BE20120115170535.jpg>>
- Azuma, Hiroki (2009) *Otaku: Japan's Database Animals*. Minneapolis: University of Minnesota Press. ISBN: 978-0816653522
- Berlant, Lauren (2008) *The Female Complaint: The Unfinished Business of Sentimentality in American Culture*. Durham: Duke University Press. ISBN: 978-0822342021
- Crypton Future Media, Inc. e Kawasaki, Takashi (2006), *Ofclboxart cfm Kaito*. [Consult. 2014-01-26] *Box art*. Disponível em <URL: [http://static1.wikia.nocookie.net/\\_cb20100518093426/vocaloid/images/a/af/Ofclboxart\\_cfm\\_Kaito.jpeg](http://static1.wikia.nocookie.net/_cb20100518093426/vocaloid/images/a/af/Ofclboxart_cfm_Kaito.jpeg)>
- Crypton Future Media, Inc. e KEI (2007), *Ofclboxart cfm Hatsune Miku*. [Consult. 2014-01-26] *Box art*. Disponível em <URL: [http://static3.wikia.nocookie.net/\\_cb20100518100551/vocaloid/images/6/65/Ofclboxart\\_cfm\\_Hatsune\\_Miku.jpg](http://static3.wikia.nocookie.net/_cb20100518100551/vocaloid/images/6/65/Ofclboxart_cfm_Hatsune_Miku.jpg)>
- Crypton Future Media, Inc. e Wasshi (2004), *Ofclboxart cfm Meiko*. [Consult. 2014-01-26] *Box art*. Disponível em <URL: [http://static3.wikia.nocookie.net/\\_cb20100518093525/vocaloid/images/2/25/Ofclboxart\\_cfm\\_Meiko.jpg](http://static3.wikia.nocookie.net/_cb20100518093525/vocaloid/images/2/25/Ofclboxart_cfm_Meiko.jpg)>
- Hamasaki, Mashiro, Takeda, Hideaki e Nishimura, Takuishi (2008) *Figure 1: Screenshot of Nico Nico Douga*. *Screenshot*. Disponível em Hamasaki e Takeda et al., 2008: 166.
- Hamasaki, Mashiro, Takeda, Hideaki e Nishimura, Takuishi (2008) *Figure 2: Reference Network*. Diagrama. Disponível em Hamasaki e Takeda et al., 2008: 167
- Hamasaki, Mashiro, Takeda, Hideaki e Nishimura, Takuishi (2008) Network Analysis of Massively Collaborative Creation on Multimedia Contents: Case Study of Hatsune Miku Videos on Nico Nico Douga. "UXTV '08 Proceedings of the 1st international conference on Designing interactive user experiences for TV and video", comunicação apresentada na UXTV '08, Silicon Valley, 22-24 de Outubro. Nova Iorque: ACM International Conference Proceeding Series, 165-168. ISBN: 978-1-60558-100-2 doi: 10.1145/1453805.1453838
- HatsuneMiku. 2012. 【渋谷慶一郎・初音ミク】オペラ「THE END」【VOCALOID OPERA】 [Online]. [Consult. 2014-01-26]. Disponível em <URL: <http://www.youtube.com/watch?v=UUxxYVbDxw0>>
- Higuchi, Yu [autor do software MikuMikuDance] (s.d.) s/título [Consult. 2014-01-26] *Screenshot*. Disponível em <URL: <http://chikiotaku.mx/files/2010/11/miku-miku-dance.jpg>>
- Huke (2008), *Blackrockshooter byhuke*. [Consult. 2014-01-26] Ilustração. Disponível em <URL: [http://static4.wikia.nocookie.net/\\_cb20121128184217/vocaloid/images/a/a4/Blackrockshooter\\_byhuke.jpg](http://static4.wikia.nocookie.net/_cb20121128184217/vocaloid/images/a/a4/Blackrockshooter_byhuke.jpg)>
- KEI (2007), *Ofclboxart cfm Hatsune Miku-illu*. [Consult. 2014-01-26] Ilustração. Disponível em <URL: [http://static2.wikia.nocookie.net/\\_cb20090627025161/vocaloid/images/f/f9/Ofclboxart\\_cfm\\_Hatsune\\_Miku-illu.jpg](http://static2.wikia.nocookie.net/_cb20090627025161/vocaloid/images/f/f9/Ofclboxart_cfm_Hatsune_Miku-illu.jpg)>
- Koge-Donbo (2000) NO. 10 初川 でじこ

- のパーティー. [Consult. 2014-01-26] Ilustração. Disponível em Koge-Donbo (2000) *DI GI CHARAT Chocola 2000 Gashu*. Tóquio: Broccoli Co., Ltd., s/p. Disponível em <URL: [http://www.soaringrabbit.com/dgc/pics\\_chocola\\_artbook.html](http://www.soaringrabbit.com/dgc/pics_chocola_artbook.html)>
- Le Blanc, Steven. and Masami, M. (2012) Hatsune Miku Stars in Humanless Opera "THE END", It Ain't Over 'Till the Incredibly Skinny Vocaloid Sings. [online] *RocketNews24*, 23 de Novembro. Disponível em <URL: <http://en.rocketnews24.com/2012/11/23/hatsune-miku-stars-in-humanless-opera-the-end-it-aint-over-till-the-incredibly-skinny-vocaloid-sings/>> [Consult. 2014-01-26].
- Oppenneer, Mark (2011) *Seeking Hatsune Miku*. [online] Disponível em <URL: <http://seekingmiku.wordpress.com/>> [Consult. 2014-01-26].
- Robson, Daniel (2010) Supercell's synthetic pop wins real fans. [online] *The Japan Times*, 5 de Fevereiro. Disponível em <URL: <http://www.japantimes.co.jp/culture/2010/02/05/culture/supercells-synthetic-pop-wins-real-fans/#.UuT8fBDFKM8>> [Consult. 2014-01-26].
- Shirow, Miwa (2008), 恋は戦争 [*Koi Wa Sensou, "Love Is War"*]. [Consult. 2014-01-26] Ilustração. Disponível em <URL: <http://otakunosagaio.files.wordpress.com/2011/09/hatsune-miku-of-love-is-war-illustration-for-shirow-miwa-3.jpg>>
- Supercell (2008), 恋は戦争 [*Koi Wa Sensou, "Love Is War"*]. [Consult. 2014-01-26] *Still*. Disponível em <URL: <http://www.youtube.com/watch?v=g1Dqb6uJ8WY>>
- Supercell (2011), *Supercell*. [Consult. 2014-01-26] Capa de álbum. Disponível em <URL: <http://img.amiami.jp/images/product/main/091/CD-3534.jpg>>
- Supercell.jp. n.d. *ENGLISH | supercell Official Web*. [online] Disponível em <URL: <http://www.supercell.jp/english.html>> [Consult. 2014-01-26].
- Toop, David (1995) *Ocean of Sound: Aether Talk, Ambient Sound and Imaginary Worlds*. Londres: Serpent's Tail.
- Vocaloid Wiki (s.d) *Hatsune Miku*. [online]